

桃園市議會第3屆第4次定期會

桃園市政府觀光旅遊局
工作報告

報告人：局長 周 柏 吟

中華民國 113 年 9 月

目錄

壹、現階段重要工作執行情形.....	1
一、旅遊行銷業務.....	1
(一)觀光亮點活動.....	1
(二)觀光推廣業務.....	5
二、觀光管理業務.....	8
(一)旅宿業申辦輔導—旅宿設立登記概況.....	8
(二)遊客服務.....	8
(三)辦理旅宿業專業知能提升計畫.....	9
(四)辦理民宿申設輔導，提升民宿數量及質量.....	10
(五)輔導露營場申請許可使用及設置登記.....	10
(六)持續推動臺灣好行並提升服務品質.....	11
(七)辦理桃園好棧行銷宣傳計畫.....	12
(八)鼓勵民眾入住桃園低碳旅宿.....	12
(九)觀光旅宿專場徵才活動.....	13
(十)結合節慶活動推出桃園旅宿優惠.....	13
(十一)旅館業個資安全行政檢查與輔導.....	13
三、觀光技術業務.....	14
(一)設置桃園追風公園主題裝置藝術.....	14
(二)打造大龍門低碳旅遊廊帶.....	14
(三)設置溪洲旅遊服務區充電樁.....	15
(四)建設觀光遊憩帶.....	16
四、企劃暨國際業務.....	19
(一)觀光發展企劃.....	19
(二)拓展桃園國際觀光市場.....	23
(三)桃園觀光旅遊服務再升級.....	27

五、風景區管理業務.....	29
(一)虎頭山風景特定區.....	29
(二)大溪中正公園.....	29
(三)慈湖園區.....	30
(四)北橫故事一角板山觀光場域再造計畫.....	30
(五)小烏來風景特定區.....	30
(六)再造桃花源計畫.....	31
(七)桃園風景區停車場充電樁設置.....	31
(八)風景區觀光服務推廣.....	31
(九)遊憩亮點活動.....	33
六、智慧觀光業務.....	35
(一)桃園觀光景區舒適度燈號系統.....	35
(二)即時影像觀察人流狀況.....	35
(三)建置創新科技觀光體驗專區.....	36
(四)桃園觀光 OBS 直播網路服務.....	36
(五)大龍門品牌先期活動~「Game 遊桃園大龍門」.....	36
貳、未來努力方向.....	37
一、旅遊行銷業務.....	37
(一)2024 桃園萬聖城.....	37
(二)2025 臺灣燈會.....	37
二、觀光管理業務.....	38
(一)桃園好棧行銷增加國際曝光.....	38
(二)提升旅宿業專業職能.....	39
(三)民宿申設輔導及合法化.....	39
(四)積極爭取中央補助桃園市露營場輔導及管理計畫.....	39
三、觀光技術業務.....	39

(一)發掘本市觀光資源，打造特色魅力景點	39
(二)積極爭取中央建設補助，提升本市各遊憩據點品質	40
(三)廣續推動觀光地區整體區位發展，帶動地方經濟發展提升	40
四、企劃暨國際業務.....	40
(一)順應國際風潮辦理特色客群推廣活動	40
(二)建置桃園智慧觀光場域展現桃園之美	41
(三)持續加強桃園國際觀光推廣及交流	42
五、風景區管理業務.....	43
(一)虎頭山遊憩據點改造活化	43
(二)推動北橫國家級風景特定區	43
六、智慧觀光業務.....	44
(一)「遊桃園」APP 行動系統智慧化升級	44
(二)桃園觀光景區舒適度燈號	44
(三)即時影像.....	44
(四)桃園市遊憩據點遊客人次統計分析	44
參、結語.....	45
【附錄】桃園市政府觀光旅遊局各科室處聯絡電話一覽表	46

欣逢貴會召開第 3 屆第 4 次定期會，^{柏吟}列席報告觀光旅遊局重要施政成果及未來施政重點，本局積極進行跨域合作推廣桃園國際觀光，建立國門之都旅遊印象，並掌握國際旅遊市場趨勢，推動東南亞友善旅客措施、營造親子友善環境，形塑桃園為最友善華語旅遊市場，承蒙貴會監督與指導，使本局各項工作與業務得以持續精進，在此代表全體同仁致上由衷謝意。

113 年迄今，本局辦理桃園燈會、龍岡米干節、探索北橫、大龍門品牌先期活動、植感桃園-蔬食集客計畫、桃園變裝嘉年華、桃園極限運動等大型活動，推動桃園觀光發展，並持續完善景區服務設施，未來將辦理珍珠海岸計畫、規劃大龍門低碳旅遊帶及打造探索北橫旅遊品牌，吸引旅客到訪桃園，^{柏吟}謹就本局旅遊行銷、觀光技術業務、觀光產業管理、企劃暨國際業務、風景區管理等各項重要工作執行情形與未來願景，向貴會提出報告，敬請各位議員女士、先生不吝賜教。

壹、現階段重要工作執行情形

一、旅遊行銷業務

(一)觀光亮點活動

1. 2024 桃園燈會

- (1) 2024 桃園燈會於 113 年 2 月 21 日至 3 月 3 日在桃園區虎頭山創新園區及南昌森林運動公園舉辦，以「閃閃桃園 閃閃桃林」為主題點亮桃園，打造大型燈光主題展演秀、漢服市集重現古代元宵氛圍及多樣化的互動燈組，活動官網也以英文、泰文、越南文、印尼文多語呈現，讓各地遊客感受桃園多元文化魅力，12 天的活動共吸引 165 萬人次參觀、300 則網路媒體報導；此外，本次燈會以 100% 使用回收永續材料及循環利用理念推出「桃氣龍」、「寶桃龍」及搭乘大眾運輸限量版「春桃共榮」共 3 款小提燈，讓民眾來桃園賞燈也可帶走珍貴回憶。
- (2) 「南昌燈區」以多元族群共榮為主題，展出多組國內外藝術家大型燈光藝術作品，有來自澳洲藝術團隊 ENESS 打造「AIRSHIP ORCHESTRA」燈組，多個大型充氣氣球互動裝置，首度在臺免費公开展演；原住民藝術家伊誕·巴瓦瓦隆為南昌燈區量身打造「星

星閃爍 在說話」作品；藝術家李柏均創作「遊龍」，以客家竹編技藝結合現代化竹構線條勾勒大樹中的祥龍姿態，在樹梢間翱翔盤旋。另外還有大型燈光展演秀，利用多面大型 LED 螢幕錯落呈現，與大自然場域的樹木、草地作科技與自然間的互動，宛如精采的戶外大型藝術展演。

- (3)「虎頭山燈區」分為互動科技及傳統文化兩大區塊，在傳統文化區則將宋代服飾和宮燈帶到現場，園區內以穿越古今風格規劃，在現代 10 組互動燈區民眾可透過不同裝置與光影同樂，創造親子同樂時光，走過時光燈廊來到古代漢服市集區，彷彿穿越時空回到古代元宵賞燈，今年也是史上第一次邀請桃園在地宮廟的神明到燈會現場庇佑眾生，包含明倫三聖宮、桃園大廟景福宮、壽山巖觀音寺、桃園慈護宮及中壢仁海宮，讓民眾賞燈間祈福。
- (4)本次主題燈光展演秀，以超過 600 顆電腦燈和雷射交織而成，顛覆以往傳統燈會主燈表演，也榮獲「美國繆思設計大獎 (Muse Design Awards)」照明設計類金獎及「英國倫敦設計大獎 (London Design Awards)」展覽及活動類金獎兩大國際設計獎項。
- (5)今年參觀人數為 165 萬人次，相較於 2023 桃園燈會 110 萬人次，增加 55 萬人次，成長 50%。



燈光展演秀



虎頭山參觀人潮

2. 2024 龍岡米干節

- (1)2024 桃園龍岡米干節於 113 年 4 月 20 日至 28 日間辦理，2023 龍岡米干節獲交通部觀光署頒發「2024-2025 年臺灣觀光雙年曆」之「國際級特色活動」殊榮，為延續過去亮點活動，以「水花火舞」為題，舉辦潑水節、火把節等兩大特色慶典，另也規劃「長街宴」、

「文化小旅行」、「特色服裝」等體驗活動，讓來到現場的民眾能藉由活動參與深入體驗特色文化觀光節慶氛圍。

- (2)因應寶林食安問題發生且適逢龍岡米干節活動前夕，為確保活動期間食品安全衛生，本府已與衛生單位合作，提前進行相關應對措施，包含採取活動前加強食安宣導、活動中後，以輔導與稽核併行方式加強管理，以確保其食品製作與銷售均符合相關規定。
- (3)本府設使節宴邀請貝里斯、馬紹爾群島共和國、紐西蘭、瑞士、澳洲、新加坡、印尼、蒙古國、緬甸、馬來西亞、汶萊、美國新墨西哥州等多國駐臺使節與貴賓代表們體驗在地文化與特色美食，從金三角文化美食DIY體驗到籩箕飯、精彩火舞表演、火把節點火儀式等並與現場民眾打歌同樂。
- (4)為期兩周的龍岡米干節共吸引約 12 萬人次參與，活動期間超過 54 則新聞報導、網路圖文廣告曝光數逾 627 萬次、社群媒體(FB、IG)曝光逾 44 萬次、GDN/YouTube 廣告投放曝光逾 467 萬次，為將米干節有效宣傳至國內新住民族群，亦推出泰文、印尼文 EDM。



浴佛祈福



火把求吉

3. 2024 桃園變裝嘉年華體驗推廣

- (1)2024 桃園城市變裝嘉年華於 113 年 6 月 1、2 日在中壢青埔置地廣場桃園舉辦，本次活動初衷以「不分年齡不分身分，都可以來到桃園體驗造型扮裝的樂趣」，從零歲到一百歲民眾都能到訪桃園玩變裝，本次場地選在置地廣場桃園也是睽違 9 年重返桃園的 2025 臺灣燈會提前暖身。
- (2)活動分別規劃三大主題競賽，分別是 2024WCS 臺灣代表選拔賽、漢服整體造型大賽、桃園 COSPLAY 校際大賽，其中 2024WCS 臺灣代表選拔賽為全球最具代表性的 COSPLAY 賽事，優勝隊伍在 8 月代表臺

灣前往名古屋，與各國 COSPLAY 好手，角逐世界第一寶座，漢服整體造型大賽以重現歷史人物為主題，吸引民眾變裝重現歷史人物裝扮，桃園 COSPLAY 校際大賽為桃園首次舉辦專屬年輕學子的青春變裝舞臺，提供青少年健康休閒活動，使變裝文化融入桃園的城市印象。

- (3)除了主題競賽以外，2 日活動現場還有超過 150 攤同人動漫與扮裝市集，活動首日更有變裝造型廣場舞活動，吸引超過 360 位大小朋友在活動現場體驗變裝御宅藝舞蹈，其中還有大小朋友喜愛的天竺鼠車車、狗與鹿、饅頭家族、企鵝噗噗、手信霧隱城忍者、Y 桃園哥等人偶於現場同樂，活動更邀請來自義大利世界級 Cosplayer-Leon Chiro 及日本 ZUMI、桃戶，等大咖國際人氣 Cosplayer 登臺與粉絲互動，兩日共計吸引 3 萬名遊客到現場參與活動。



國際級 cosplayer-Leon Chiro 現場與民眾互動同樂

2024WCS 臺灣代表選拔賽-冠亞季軍合影

4.113 年慈湖觀光推廣

- (1)本案訂於 113 年 8 月 9 日至 9 月 17 日，以「日間延伸至夜間」觀光活動為主軸，透過慈湖這個錨點串聯大溪區與復興區觀光資源，打造完整山區旅遊軸線，呼應本府「探索北橫」及「大龍門(大溪、石門、龍潭)」亮點計畫，達到觀光整合與永續發展之市政目標。
- (2)今年主題「放假囉！來慈湖」，透過更直觀的概念讓民眾一到假日就聯想到慈湖踏青遊玩，並打造全新主視覺，傳達慈湖的「健康、創新、文化、戶外、自然」形象，形塑慈湖觀光質感年輕活潑化。活動訂於 113 年 8 月 9 日至 9 月 17 日假慈湖園區舉辦，亮點內容

包含(1)結合七夕及中秋打造「兩大節慶週主題夜」(2)主題秀(例如：火舞、燈光秀、水舞秀等)(3)假日精彩街頭藝人表演(4)假日觀光 FUN 市集以及(5)藝術光造景等等。以提高慈湖園區暑假檔期之初訪率與重遊率。



七夕燈光秀



裝置藝術-萌兔登月區

(二)觀光推廣業務

1. 社群媒體平臺經營

- (1)桃園觀光社群平臺粉絲人數截至113年8月20日分別為Facebook：481,365；Instagram：84,626人。相較於112年1月平臺粉絲數，Facebook增加38,352人，Instagram增加10,805人，本府觀光旅遊局未來將持續優化社群經營策略，藉由豐富有趣圖文，吸引更多粉絲關注桃園觀光旅遊資訊。
- (2)為持續深耕國內外旅遊市場，透過樂遊桃園社群平臺挖掘桃園觀光魅力及亮點，分析目標市場屬性及旅客喜好分眾行銷，規劃多元社群網路行銷策略如網路活動、多媒體行銷、邀請國內外KOL踩線，搭配不同宣傳題材如親子、美食、運動、文青攝影等，推播本市景點；另為配合本府觀光政策如大龍門觀光廊帶、珍珠海岸、探索北橫、低碳旅遊、東南亞旅遊友善城市等，結合深度主題式旅遊體驗即時影音等內容，增加民眾對本市旅遊印象，同時讓旅客能迅速取得桃園最新旅遊資訊，逐步將桃園觀光品牌化，開拓多元文化旅遊市場。
- (3)本案透過社群導流，串聯基北北桃觀光景點或觀光活動等相關資

訊，共同推廣北臺灣觀光；同時與具網路聲量之社群平臺共同合作，相互導客行銷，擴大宣傳效益，激發旅客來桃旅遊之意願。

2. 2024 國內旅展參展行銷推廣

(1) 2024 臺北國際觀光博覽會

臺北國際觀光博覽會於 113 年 5 月 31 日至 6 月 3 日在臺北世貿一館舉辦，本次展覽承租 4 個淨攤，以大龍門旅遊廊帶及國際蔬食節為主題打造桃園館，活動期間邀請達人至現場分享桃園大龍門旅遊廊帶，同時規劃 12 場舞臺活動，透過互動問答、業者品牌推廣強化民眾對桃園觀光印象，以拓展桃園旅遊市場。本次一同參展的業者有：南方莊園渡假飯店、桃園大溪笠復威斯汀度假酒店、萬客隆旅行社、臺灣客家茶文化館及福容大飯店 A8，本次旅展媒體露出共計 15 則。



舞臺集客活動



業者互動區

(2) 2024 臺北國際夏季旅展

2023 年首度參展，桃園展館榮獲「最佳人氣獎」，今年續參加臺北國際夏季旅展，於 113 年 7 月 12 日至 7 月 15 日在臺北世貿一館舉辦，本次展覽承租 6 淨攤，展館規劃以親子旅遊為主題推薦夏日消暑的北橫遊程，搭配「石門水庫 60 周年闖關紀念活動」、「探索北橫-離你最近的芬多精仙境抽獎活動」、「趣北橫·集點拿大獎」等系列活動打造桃園主題館，推廣海線山線觀光與特色遊程。展館規劃 12 場次舞臺活動，邀請桃園在地達人至現場分享親子旅遊攻略，辦理茶包、茶球以及海廢擴香石 DIY 活動，透過手作體驗樂趣宣傳桃園大龍門旅遊、珍珠海岸等景點。本次一同參展業者有：南方莊園渡假飯店、桃園大溪笠復威斯汀度假酒店、臺灣客家茶文化館、

隨緣茶空間、竹峰茗茶、中國青年旅行社，旅展現場亦與桃園觀光工廠：手信霧影城、卡斯蒂拉樂園、祥儀機器人夢工廠透過舞臺活動共同宣傳，本次媒體露出共計 16 則。



舞臺集客活動



手作體驗

3. 新加坡觀光推廣活動

- (1) 為積極開發國際旅遊市場並建立新加坡與本市觀光產業合作平臺，本局於 113 年 5 月 7 日至 5 月 10 日整合桃園市旅館商業同業公會、桃園市民宿發展協會、桃園市旅行商業同業公會及桃園市觀光工廠促進發展協會、桃園業者等 27 人共同前往行銷宣傳，將本市優質住宿、特色景點、美食、伴手禮提供給當地旅行社規畫包裝，希冀透過推介會交流推廣行銷，積極建立與國外旅遊相關產業合作平臺，達成相互送客目標；同時為借鏡新加坡觀光經驗、會展旅遊等，亦觀摩樟宜機場、金沙酒店及新加坡公私合作場域(Our Tampines Hub)。
- (2) 本次行程除與當地送客旅行社對接外，並與新加坡旅行業協會(NATAS)、康泰旅行社、南和旅行社以及 EU Holidays 等 3 家新加坡主力旅行社簽署觀光合作備忘錄 MOU，爭取將桃園景點或住宿等納入來臺遊程中，協助上架行銷宣傳，希冀未來達成實質送客到桃園的效益。
- (3) 本案持續與南和旅行社及康泰旅行社進行實質合作及推廣，後續分別上架桃園相關產品，將桃園景點如華泰名品城、橫山書法藝術館、中壢夜市、雄獅想像力製造所、桃園神社、大溪老街、大溪老茶廠、Xpark 等納入，希冀未來透過更多合作方案與亮點擴大雙邊觀光交流。



與新加坡旅行業協會(NATAS)
簽署旅遊合作協議



辦理推介會活動

二、觀光管理業務

(一)旅宿業申辦輔導—旅宿設立登記概況

截至 113 年 7 月 31 日止，旅館共計 202 家，房間數 10,547 間；觀光旅館共計 10 家(其中國際觀光旅館 6 家、一般觀光旅館 4 家)，房間數 2,219 間；民宿共計 130 家，房間數 520 間。

(二)遊客服務

1. 旅遊服務中心服務品質提升

- (1) 本市於重要交通站點設有旅遊服務中心，包括桃園火車站、中壢火車站及高鐵桃園站共 3 處，提供旅遊諮詢服務，主要工作為蒐集本市觀光景點及活動資訊、提供旅遊文宣、交通及住宿諮詢，並與本市大專院校合作，分別由本市健行科技大學、萬能科技大學等具有觀光科系學校營運管理。
- (2) 另配合中壢火車站（舊站）拆遷，於 113 年 7 月 18 日遷移至中壢火車站臨時站（新站），打造全新中壢旅遊服務中心，帶給旅客明亮、舒適的旅服空間，提供旅客諮詢服務。



中壢火車站旅遊服務中心

2. 借問站友善服務

配合交通部觀光署推廣借問站旅遊服務，透過公私協力合作，結合桃園在地商家、餐廳、旅館、觀光景點等處所設置借問站，提供旅客簡易諮詢旅遊服務。本(113)年度提案交通部觀光署獲新增三和木藝工作坊及城市商旅航空館等 2 處借問站，分別製作識別標誌、散步地圖，另提供摺頁供旅客索取，便利遊客深度旅遊，本市共有 23 處借問站。



借問站-香魚咖啡



借問站-TINA 廚房八德店

(三)辦理旅宿業專業知能提升計畫

為提升本市旅宿產業服務品質與量能，積極向國內外旅客行銷拓展市場，持續開辦旅宿專業知能相關課程，透過事前與業者意願調查，打造最貼近旅宿業者實務需求內容，邀請業界專業經理人、講師分享實務經驗，藉以提升業者專業知識與技能，從住宿體驗、餐飲文化到戶外旅遊體驗，全面提供住客完美旅宿經驗，此外，桃園首創旅宿業與國際知名運動相機品牌 GoPro 合作，藉由國際級 GoPro 玩家的影音創作，把桃園住宿、好吃、好玩及各式景點宣傳至國際，形塑桃園戶外

旅遊城市意象。



短影音創作實體課程

旅宿業專業知能課程開學式

(四)辦理民宿申設輔導，提升民宿數量及質量

為讓民眾更加瞭解申請民宿規定，本年度延續過往計畫，成立民宿合法化輔導團隊，透過設立諮詢窗口、舉辦說明會等，持續輔導並協助民眾申設民宿，今(113)年結合大龍門區域(大溪、龍潭、石門)及沿海地區共舉辦3場法規說明會，總計約150人次參與，大幅帶動大龍門區域民宿成長，沿海區域民宿輔導亦為珍珠海岸計畫進行前期準備，此外今(113)年首次輔導民宿自主管理及取得好客民宿標章，並針對非法民宿進行輔導策略分析，積極提升桃園民宿數量及質量，帶動本市觀光發展，去(112)年度共計增加8家民宿，今(113)年於7月底前已增加11家民宿(其中大龍門區域8家、沿海區域2家)，顯見本局於民宿輔導成果已優於去年全年績效。



民宿申設說明會-龍潭場次



民宿申設說明會-新屋場次

(五)輔導露營場申請許可使用及設置登記

1. 為配合中央政策推動露營場合法設置登記，本局推動桃園市露營場輔導申設計畫，113年3月率全國之先核發第一案既有農牧用地露

營場設置登記。截至 113 年 7 月 31 日止，本市已有 101 家既有露營場業者加入輔導，已核發 37 案露營場土地容許使用（其中 3 案為都市計畫保護區、其餘 34 案為非都市計畫農牧及林業用地），並已有 4 案送件申請露營場設置登記，本市合法露營場共計 10 家。

2. 本府已於 113 年 6 月 20 日及 6 月 25 日分別在羅浮遊客中心及拉拉山遊客中心各辦理 1 場露營場法規暨輔導計畫說明會，共吸引超過 90 家業者參與，共計 200 人次參加，此外，本府率先積極協助露營場業者，提供諮詢專線、Line@帳號、每週三駐點諮詢及專業輔導團協助送件等服務，除業者反應良好外，也吸引鄰近縣市政府前來拜訪取經。



羅浮遊客中心駐點諮詢服務



露營場申設輔導說明會

(六)持續推動臺灣好行並提升服務品質

配合交通部觀光署於全國各景點共同推動臺灣好行交通接駁服務品牌，本市計有 4 條臺灣好行路線：大溪快線、小烏來線、石門水庫線及東眼山線，為持續建置友善外國旅客好行資訊，全國首創印製中、英、日、韓、印、越及泰共 7 種語言臺灣好行路線導覽摺頁，以建置東南亞及國際旅客友善乘車環境；另外，整合沿線特色店家串聯好吃、好玩、好買及住宿等推出 99 元、199 元、299 元及 999 元等超值優惠套票，並於 7 月 31 日起在 ibon 及易遊網平臺開賣，限量 500 套，首日開賣即售出近 200 套，持續多元推廣臺灣好行，並吸引遊客來桃園享受豐富且超值的旅遊體驗。



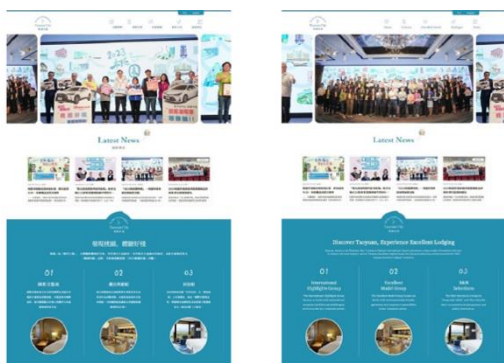
桃園臺灣好行



超值優惠套票

(七)辦理桃園好棧行銷宣傳計畫

1. 為推廣桃園優質合法旅館及民宿，針對去(112)年評選出來的 52 家桃園好棧製作中英雙語官方網站，優化網站設計並提升國際曝光度，另亦開發桃園好棧聯名商品，建立品牌知名度。
2. 規劃一系列多元行銷宣傳活動，結合桃園好棧旅宿辦理「桃園味」桃園特色農特產品、伴手禮等展售活動、住好棧抽日本來回機票及電動機車等抽獎活動、歡慶國慶月打卡行銷活動及發表桃園好棧城市觀光系列宣傳影片等，以多元方式曝光桃園好棧。



桃園好棧中英雙語官網



「桃園味」特色選品活動

(八)鼓勵民眾入住桃園低碳旅宿

為接軌 2050 年淨零目標，積極推動環保旅宿推廣計畫，活動期間入住指定環保旅館及環保旅店，並自備盥洗備品即可獲得限量百元電子超商禮券；此外，本局優先輔導大型旅館取得環保旅館標章，自 112 年起本局已輔導 5 家合法旅館順利取得環保旅館標章（名人堂花園大飯店、桃園喜來登酒店、智醫康寓、藍水輕旅、綠藤輕旅，共 687 間房間）；113 年已訂定「桃園市低碳旅宿補助申請須知」，補助本市旅宿

業者取得環保旅館標章及相關節能設備更新，截至 113 年 7 月底本市環保旅館數量為 15 家，在六都排名第 1 名。

(九)觀光旅宿專場徵才活動

本局於 113 年 6 月 21 日與就業服務處合作，辦理觀光旅宿專場徵才活動「觀光旅宿青銀共創亮點場」，當日邀集旅宿及觀光相關業者共計 20 攤位辦理聯合徵才，現場參與求職面試民眾相當積極與熱絡，為活絡氣氛，本局更提供現場抽獎，吸引眾多求職民眾參與本次活動，當日媒合率達 77.18%，透過本次徵才活動創造業者與求職者面對面招募機會，解決旅宿業者缺工問題。



徵才活動啟動儀式



徵才活動業者合影

(十)結合節慶活動推出桃園旅宿優惠

為結合本市節慶、活動檔期，邀集本市優質旅宿業者共同提出優惠房價或搭配方案，吸引旅客留宿桃園，包括跨年住宿優惠、春節年菜及伴手禮、母親節住宿優惠方案等，本局蒐集彙整優惠訊息後，除廣發新聞推廣外並將資訊統一放置於觀光導覽網優惠情報專區供民眾查詢，截至 7 月 31 日止，提供相關優惠旅宿數量總計 113 家次，藉由節慶及活動，主動協助業者優惠曝光，增加桃園住宿率及曝光度，未來仍將持續與各旅宿業者合作推廣觀光。

(十一)旅館業個資安全行政檢查與輔導

為加強旅宿業對個人資料保護措施事前防護，避免遭受網路攻擊並保護資通訊設備及消費者個人資料安全，交通部於 111 年 4 月 1 日訂定「交通部指定觀光產業類非公務機關個人資料檔案安全維護計畫及處理辦法」，並依交通部觀光署函示，原則客房達 100 間(含)以上旅宿業應依前揭規定訂定個人資料檔案安全維護計畫。

為協助旅館業訂定個人資料檔案安全維護計畫，並依規定辦理行政檢查，本局委託專業團隊辦理「桃園市旅館業個資安全行政檢查與輔導案」，透過專業團隊現場輔導，以強化旅館業者個資保護意識及措施，避免個資外洩情形發生，本市旅宿業客房達 100 間(含)以上者共計 25 家，並於 113 年 7 月 16 日全數輔導完成。



專家現場輔導(機房)



專家現場輔導(文件)

三、觀光技術業務

(一)設置桃園追風公園主題裝置藝術

本局推動大龍門旅遊廊帶親子遊程，打造大溪中庄追風親子公園，本局配合當地「風」環境意象規劃，以「風」為主題，設置裝置藝術作品，112 年已完成 4 組裝置藝術包含與臺灣藝術家合作打造地景藝術「乘風小憩所」；採集環境資訊轉譯而成的樂音串連實體裝置「風的介面」，巧妙融入中庄風的元素；饒富童趣的巨大化竹蜻蜓「城市幻想：飛向兒時的路」，另為增加作品豐富性與在地連結性，與澳洲藝術家 Mulga 合作特別設計專屬桃園的「大溪豆干哥」裝置作品，結合在地元素及童趣風格，113 年預計將再設置 2 組裝置藝術，期加強中庄地區場域豐富性，未來將持續透過裝置藝術作品及追風主題展演讓遊客認識此一乘風處所，並藉由既有自行車道系統串接周邊景點，帶動新北市與大溪、龍潭、石門遊程串聯。

(二)打造大龍門低碳旅遊廊帶

1. 龍潭區遊憩環境整理工程

為打造本市龍潭區遊憩環境，本計畫針對龍潭大池吊橋及石門水庫南苑進行環境整理，龍潭大池吊橋於 2020 年重啟至今，因長時間受環境影響，吊橋塔柱表面已暗沉且漆面大面積剝落，使得清潔維護管理困難、整體視覺景觀不佳，石門水庫南苑臨時金屬構造物，

從 2016 年展放至今已有 7 年嚴重鏽蝕，已無法修繕且有安全疑慮，藉由本計畫，將龍潭大池吊橋塔柱牆面進行清潔及塗刷層全面改善並將石門水庫南苑金屬構造物拆除運棄，本案已於 113 年 2 月 6 日竣工，113 年 3 月 20 日完成工程驗收，並於 113 年 3 月 28 日結案。

2. 2024「大龍門旅遊行銷推廣-動漫路跑嘉年華系列活動」

為延續桃園石門水庫轉型「運動觀光品牌」，今(2024)年將透過動漫及當地石門活魚特色吸引全齡旅遊消費，並加強在地參與，促進在地產業合作及遊程串聯，延長遊客停留住宿，同步歡慶石門水庫營運 60 週年，行銷桃園大龍門旅遊廊帶觀光，注入新的旅遊機會。本活動辦理期程暫定 113 年 11 月 2 日至 10 日，為期 9 日。

3. 大溪頭寮北橫遊客中心公共廁所改善統包工程

大溪區頭寮(原經國紀念館)打造為北橫遊客中心，館內有「北橫之驛」特色餐廳、小農市集等提供遊客休憩服務及提供旅遊資訊和行程安排，是國內外遊客進入北橫山林觀光旅遊線第一站，因館側原有公共廁所衛生設備多已老舊且未符無障礙設施環境，為整體改善衛生設備及空間環境特色辦理改善工程，預算為新臺幣 960 萬，目前辦理統包工程招標作業中，預計 113 年 8 月底完成招標作業。

4. 大龍門旅遊廊帶觀光發展總顧問計畫暨區域策略規劃案

本府觀光發展以珍珠海岸廊帶、都會旅遊廊帶、大龍門暨北橫山線廊帶發展三條旅遊廊帶系統，並由既有高速公路(國道 1 號、國道 2 號及國道 3 號)、快速道路(臺 61 線及臺 66 線)及省道臺 7 線串接為本市觀光網路。其中大龍門旅遊廊帶案經由資源盤查整合地域魅力，以大溪、龍潭與石門地區延伸北橫做為桃園市山線旅遊品牌「大龍門暨北橫山線旅遊帶」，創造桃園新觀光記憶點，且透過市府團隊合作，優化遊程節點及旅遊品質，整合既有及潛力景點串接創造主題遊程，並透過自行車系統延伸遊客遊程節點及停留時間，延伸桃園 2 日遊、3 日遊遊程服務。

(三)設置溪洲旅遊服務區充電樁

本局配合環境部辦理「桃園市公有場域新增或擴充電動車公共能源補充設施示範計畫」競爭型補助計畫，於本局轄下場域「石門水庫溪洲旅遊服務區」提報配合計畫執行，建置 2 槍 11kW 充電槍，藉以輔助

本市擴充區域能源補充設施數量目標，本局據以辦理溪洲旅遊服務區充電樁採購案，預算新臺幣 122 萬 2,943 元，採購案於 113 年 7 月 4 日決標，預計於同年 10 月建置完成。

(四)建設觀光遊憩帶

1. 市區樂活旅遊帶

(1) 桃園市大棟山風景特定區大湖之森自然步道周邊環境優化加值計畫

本局於 112 年積極爭取劃設「大棟山風景特定區」，並於 112 年 9 月 13 日完成公告，預計分期開發，本局爭取並獲得交通部觀光署 113-114 年度「景點優化體驗加值計畫」總計畫經費 3000 萬改善基地內整體休憩空間與步道環境，並完善園區內導覽指標性設施，結合植栽綠美化設計，串聯整體休憩環境，期望打造出自然生態及休憩空間結合的綠呼吸場域，賦予基地新生命跟環境，藉此提升大湖坑整體步道環境及地區形象。

本案於 113 年 6 月 21 日發包，113 年 7 月 10 日決標，工期 90 日曆天，刻正辦理基本設計作業。

(2) 虎頭山風景特定區道路及停車場開闢計畫

為因應虎頭山風景特定區發展，業於 111 年完成都市計畫變更道路用地與停車場用地，以解決現有虎頭山公園三聖路攤販及停車需求問題，並於 112 年底邀集本府工務局及交通局研擬後續辦理作業事項，首先將於明(114)年編列預算辦理道路及停車場用地取得及拆遷補償作業，並同步作業辦理新闢道路工程與停車場興建工程規劃設計，以及推估後續工程案件施作期程安排。其中道路工程委由本府工務局辦理，刻正辦理規劃設計作業及向中央爭取補助工程經費。

(3) 楊梅區秀才步道路燈建置計畫 2 期

楊梅秀才步道路燈建置計畫 2 期，從秀才亭至 845 巷 260 號(約 1.5 公里)路燈設置，本局於 112 年 8 月 24 日及 112 年 9 月 12 日進行協調討論，經會中決議第 2 期經費約 500 萬元，由本局 113 年預算支應，公所同意在經費支援前提下配合設計施工，本府養工處同意在符合接管規範前提下進行後續路燈維管及未來電費支應。

本案委託代辦契約已於 112 年 12 月 20 日簽訂完成並撥付第 1 期款項新臺幣 100 萬元及第 2 期款項新臺幣 400 萬元至區公所，本案於 112 年 12 月 15 日，委由本市楊梅區公所代辦，113 年 3 月 11 日辦理勞務上網公告，預計 113 年 11 月 30 日工程完工。

(4) A8 長庚轉運站公益回饋空間

桃園長庚轉運站 5 樓公益會館空間(約 605 坪)，該空間規劃依青年事務局及本局需求作為青創加速器基地，朝向智慧觀光專門類別方向設置智慧觀光展示營運場域，將由觀光發展基金會經營管理，在空間營運使用上納入收藏專業觀光圖書功能並結合青創加速器與觀光問題研究團隊進駐，及提供智慧觀光類別有興趣之人士為服務對象，同時設置部分開架閱覽區，讓民眾能閱覽典藏專業書籍、觀看相關影音導覽影片及智慧觀光成果展示等，另本局與市立圖書館(下稱總圖)提出未來合作方式，例如提供巡迴圖書，依實際使用情形定期更新觀光類書籍或本局提供總圖觀光類新書清單作為採購參考，且進出閱覽人流反饋給總圖，納入本市閱讀人口。現由本局統籌整體裝修工程規劃設計委託事宜及代辦工程作業，已於 4 月 1 日開工，工期 150 日曆天，預定 113 年 8 月 28 日完工。

2. 桃園珍珠海岸計畫整體構想

本計畫已納入樂遊桃園觀光會報，橫向綜整府內各機關共同討論，透過各局處資源結合運用，達到效益最大化。本計畫依據市長政見結合國內外海岸整體規劃案例，透過珍珠串聯概念，完善北海岸線整體遊程，欲將蘆竹、大園、觀音、新屋海岸線藉由生態復育及環保開發手法，以竹圍、永安漁港為核心基地，由雙心出發聯通周邊特色景點包括許厝港濕地、草漯沙丘、觀新藻礁、牽罟文化、石滬景觀等，並修繕老舊破損既有設施，重點打造親子生態旅遊亮點，透過包裝手法，納入親子體驗與探索在地特色文化，成為長期特色旅遊活動。

該計畫已爭取交通部觀光署「體驗觀光地方旅遊環境升級中程計畫(113-116 年)」之「重要廊帶亮點營造計畫」經費補助。全案計畫總經費新臺幣 4 億 9,190 萬元，由觀光署補助新臺幣 2 億 9,961 萬 8,500

元，本計畫分硬體計畫(竹圍漁港園區計畫、永安漁港戶外遊樂設施計畫、新屋綠隧道計畫、濱海珍珠串聯計畫)及軟體計畫(濱海創意行銷計畫)。

3. 原鄉生態旅遊帶

(1) 溪口部落觀光環境營造計畫工程

本案工程於 112 年 12 月 26 日開工，並於 113 年 7 月 23 日完工，現正辦理後續驗收作業，預計 10 月完成結算開放，本計畫修繕既有約 800 公尺長步道，較危險區段新增安全護欄約 500 公尺，並設置休憩設施及導覽指標牌，提升步道整體舒適度及安全性；另重新整理 5 處重要節點環境，打造步道入口意象及歷史石碑遊憩空間，以提升整體遊憩服務品質。工程完工後，可吸引角板山園區遊客至溪口臺各重要據點，促進在地經濟發展，增加在地青年返鄉意願。

(2) 高遠自然步道第二期環境營造計畫工程

本案工程於 112 年 12 月 13 日開工，工期 210 日曆天，預定 113 年 7 月 9 日完工因山區氣候不定造成施工不易，經辦理展延及後續邊更設計，預計 113 年 9 月中完工，為延續第一期工程，本計畫重新修繕既有古道約 1.6 公里長，增設 1 座 22 公尺跨河繩橋，新設安全護欄約 700 公尺，並設置休憩設施及導覽指標牌，加強步道舒適度及安全性；另修繕步道入口空間、軍事遺構、跨淺溪流及瀑布旁景點等 5 處，塑造完整遊憩空間。工程完工後，將高遠溪古圳步道串聯至高遠天空吊橋，全段步道長約 2.6 公里，可增加遊客駐留時間，並配合周邊商家，促進在地經濟發展。

本局獲得交通部觀光署 112 年度「體驗觀光—地方旅遊環境營造計畫」補助經費辦理，全案經費 2,400 萬元。高遠溪古圳步道第 2 期工程：截至 113 年 8 月 2 日工程施作工項為步道鋪直、塊石階梯及欄杆施作，進度已達 78.04%。

(3) 復興區枕頭山步道環境改善計畫

本計畫發展主軸在於改善並優化枕頭山古砲臺步道環境，以提倡樂活健康的登山綠道，並串連枕頭山商圈及石門水庫薑母島，使整體旅遊環境提升，建立良好觀光環境氛圍，提供遊客多元遊憩機會。本局向交通部觀光署爭取經費補助辦理「復興區枕頭山步道環境改

善工程」案，獲交通部觀光署 113-114 年度「景點優化體驗加值計畫」補助辦理，全案經費 2,000 萬元。

本計畫擬將既有不連續、年久失修步道予以改善，明確入口指引、沿線配置座椅及導覽指標牌等方式提升步道整體舒適度及安全性，並重新規劃休憩空間創造舒適環境，藉由改善設施、空間機能，以提升整體遊憩服務品質。

(4) 羅馬公路休閒廊帶營造計畫

本案計畫範圍羅馬公路之區位，位於連接新竹關西及桃園北橫公路間，既可與復興區周邊觀光景點進行串聯，又可往西通往關西銜接新竹相關景點，為將北橫遊憩系統及石門遊憩系統、關西遊憩系統串聯的重要廊帶。

本局向交通部觀光署爭取經費補助辦理「桃園市復興區羅馬公路休閒廊帶營造計畫工程」案，獲交通部觀光署 113-114 年度「景點優化體驗加值計畫」補助辦理，全案經費 1,500 萬元。本案擬於羅馬公路沿線配置導覽指標牌等方式提升整體觀光導覽資訊。在休憩據點方面，重新規劃羅馬公路起點入口空間、奎輝溪旁休憩區及沿線零星停靠點建置，改善休憩點為一友善停留處，並評估沿線種植原生樹種，以期創造舒適人行空間，並改善設施、空間機能，以提升整體遊憩服務品質。本案 113 年 6 月 3 日第 1 次上網招標，7 月 9 日決標，現正辦理基本設計作業，預計 10 月完成工程預算書圖，11 月辦理工程發包，114 年 10 月前完工。

四、企劃暨國際業務

(一) 觀光發展企劃

1. 召開樂遊桃園觀光會報

- (1) 為整合本府各局（處）觀光資源，共同促進桃園觀光發展，提升桃園觀光旅遊競爭力，特設樂遊桃園觀光會報，並訂立「智慧觀光治理」、「跨縣市或中央及地方合作整合行銷」、「公私部門合作推動觀光行銷」、「瓶頸觀光議題解決（觀光痛點）」、「跨局處整合發展及行銷」等目標。

(2)本會報以每兩個月召開 1 次的頻率，滾動式盤整觀光相關議題，目前已列管 19 項議題，成立 19 個工作小組，具體進度與作為說明如下：

i. 跨縣市或中央及地方合作整合行銷

●協調中央與地方意見確認 2025 台灣燈會在桃園舉辦地點

2025 臺灣燈會為交通部觀光署與本府共同合作推動的重要活動，目前透過會報工作小組跨局處協調會議確認燈會場地配置，包括主燈區設置於 A18 高鐵站前廣場；副展區設置於樂天棒球場、原世客博轉運站、Iot 展區戶外景觀及青塘園等。

●四市首度攜手共推「桃臺新基」旅遊新品牌

首次結合基北北桃四市於 7 月 8 日至 7 月 11 日共赴韓國進行觀光推廣交流，攜手共推「桃台新基」(타타신지，中文為神奇的地方)北台灣旅遊新品牌，吸引韓國旅客來臺旅遊。

ii. 公私部門合作推動觀光行銷

●竹圍漁港遊艇碼頭旗艦計畫邀請民間業者提供實務意見

為使竹圍漁港遊艇碼頭旗艦計畫案，未來整體規劃成果能與業界需求相扣合，邀集亞果遊艇股份有限公司及恆忻遊艇股份有限公司針對本案場域配置進行意見交流，納入內參評估供農業局參考。

iii. 瓶頸觀光議題解決

●核發全國第一件農牧用地露營場土地使用許可

藉由觀光會報組成露營場輔導管理工作小組，透過跨局處溝通協調，突破露營法規限制，113 年 3 月 11 日核發全國第 1 案農牧用地既有露營場合法設置登記，並已核發 35 案露營場土地使用許可。

●整合全府資源滾動式調整執行計畫

另觀光會報已列管 19 項議題，未來將持續進行探討及研商具體方案，透過整合全府觀光資源，滾動調整執行計畫，推動桃園觀光發展。

iv. 跨局處整合發展及行銷

●區域觀光整合打造桃園新品牌觀光意象

凝聚本府各局（處）共識與資源，聚焦大龍門環狀旅遊帶、桃園珍珠海岸計畫、設立北橫國家風景區等重大區域觀光整合計畫，打造桃園新品牌觀光意象。

●桃園珍珠海岸獲核定 4.9 億觀光廊帶成形

其中「桃園珍珠海岸計畫」於 5 月 21 日獲交通部觀光署「113-116 年重要廊帶亮點營造計畫」補助總經費達 4 億 9,000 萬元，將以觀光角度營造提升旅遊友善服務，並主打永續理念及親子客群，讓既有海岸建設成果更加耀眼。

2. 完成財團法人桃園市觀光發展基金會設立登記

- (1) 為提升桃園觀光競爭力，本局規劃成立「財團法人桃園市觀光發展基金會」，邀請觀光產業、藝術文化、建築工程、社福醫療等領域專業人士與市府代表共同組成，總計董事 19 位（含董事長）、監察人 7 位。
- (2) 董事長（桃園市長擔任）、董事、監察人及執行長（桃園市政府觀光旅遊局局長擔任）等為無給職；另依據桃園市政府所屬各機關學校聘用人員酬金薪點折合率標準表聘請副執行長 1 位、組長 3 位、組員 3 位。
- (3) 經過近一年籌備，已於 113 年 6 月獲桃園地方法院核准設立登記，並於 7 月 26 日在 1111 人力銀行網站進行相關人員招募，預計於 8 月完成徵才相關作業，未來基金會將結合民間相關資源，透過更具彈性的執行方式，推動桃園觀光建設、友善服務及行銷宣傳等，打造全新桃園觀光品牌印象。
- (4) 今年度將執行「觀光場域及場館活化」及「城市觀光論壇及交流活動」兩大專案，其中場域活化部分為長庚轉運站公益回饋空間(A8)之智慧觀光展示場域設置，希望提升桃園旅遊導覽科技感和互動性，彰顯桃園智慧城市意象；城市交流部分則延續與各國際城市交流接待，並爭取相關國際論壇、會議於桃園舉辦。

3. 「植感桃園」感受蔬食新魅力

順應國際蔬食風潮，藉由大溪豆製產業為基底，以「環境永續」、「動物友善」及「身心健康」為核心理念，市府推出「植感桃園」集客計劃，以蔬食友善來形塑桃園觀光品牌新意象，具體 8 大亮點成果，說明如下：

(1) 亮點一：大溪豆干上架統一超商

協助大溪在地豆製品業者與 7-ELEVEN 合作共同開發「御料小館-大溪滷豆干」，並於 7-ELEVEN 所有桃園門市限定販售，讓大溪豆干貼近民眾日常生活。

(2) 亮點二：推動蔬食友善推薦標章

桃園推出全國首創「蔬食友善推薦標章」，分為「友善綠標」及「金質獎章」兩類，其中友善綠標的業者須提供至少一道無肉餐點或品項，並清楚標示以供民眾點選；金質獎章除了符合友善綠標要求外，還需在服務跟環境提供良好的體驗，總計選出 102 家友善綠標業者及 13 家金質獎章業者。

(3) 亮點三：「植人聚 美食祭」改變一次性餐具消費模式

「植感桃園-植人聚 美食祭」為桃園最大蔬食市集，邀請到有美感及環保理念的無肉市集、大溪豆干及桃園在地業者超過 100 攤，並推出多樣大溪豆干入菜的蔬食料理！活動響應環境永續理念，現場不提供一次性餐具，活動兩天吸引 82,535 位民眾參與，透過裸買裸賣交易方式，減少垃圾減量 77 噸及減碳 160 噸的傲人成績。

(4) 亮點四：亞洲植感城市論壇匯集臺港日蔬食料理大師

亞洲植感城市論壇邀請東京觀光大使暨菜道 Saido 主廚楠本勝三、東京連鎖蔬食甜點店 AIN SOPH. 創辦人白井由紀、香港 Green Monday 創辦人楊大偉及臺灣美食家梁幼祥老師等，分享以蔬食打造亮点的成功經驗，超過兩百位民眾踴躍報名參加，論壇現場民眾與講者互動熱絡，反應熱烈。

(5)亮點五：匯聚傳統與現代美食文化的桃園植感豆香宴

桃園植感豆香宴特別邀請「一之軒」Roy 主廚以西式料理技法，將大溪豆干做成一道道創意美饌。同時也邀請烘焙大賽冠軍阿彬師傅帶來精心研發的獨特豆香麵包，讓大家認識植物飲食無限可能。

(6)亮點六：《植地有生》展示桃園特有蔬食味

《植地有生》桃園味策展藉由大溪豆製品特色及旅遊特點以「食、農、旅、購、讀」五個面向，呈現桃園的永續與美好，總計吸引超過 2,000 位民眾到場參觀。

(7)亮點七：桃園國際蔬食科粉專，長期推廣蔬食生活理念

由「蔬保庇 Super Bee」擔任虛擬蜜蜂科長成立國際蔬食科粉絲專頁，「蔬保庇」代表著吃菜有庇佑的意涵，同時也是桃園推廣蔬食行動的重要平臺，截至 113 年 8 月 1 日已有 4,893 粉絲加入，參與桃園蔬食生活。

(二)拓展桃園國際觀光市場

目前本市國際觀光推廣策略，以強化國際行銷宣傳提升國際能見度為核心，加強國際城市交流、聯合週邊城市進行觀光推廣，同時積極接待國際參訪團讓業者可以進行對話交流，以達國際觀光推廣綜效。

1. 國際城市交流

(1)桃園拓展韓國觀光市場，雙方交流並簽訂觀光合作 MOU

桃園市政府觀光旅遊局與木浦市旅遊文化教育局於今(113)年 4 月 26 日共同簽署增進旅遊、文化、美食交流合作備忘錄，期望未來與木浦市能成為在對方國家推廣觀光合作的重要夥伴。

木浦市是桃園在韓國第一個簽訂觀光合作 MOU 的城市，對於桃園來說極具意義，雙方城市擁有許多相似之處，木浦市曾為韓國 3 大港及 6 大都市之一，具有豐富的海洋及港口歷史文化，跟竹圍、永安漁港一樣盛產海鮮，也有如同小鳥來步道的木浦 SKYWALK，期望透過 MOU 簽署，開啟未來觀光合作契機，達到相互送客體驗彼此城市之美。

(2)桃園 X 神戶首度攜手辦理馬拉松，加強雙城合作交流力道

桃園市政府觀光旅遊局與神戶觀光局於去(112)年 6 月簽訂觀光交流備忘錄(MOU)後即展開全方位合作，此次「桃園 X 神戶雙城馬拉松」活動即是在雙城共同推廣運動觀光目標下催生的成果。首場賽事將於今(113)年 11 月 17 日於神戶開跑，桃園市政府將推送百位桃園市民至神戶參賽，市民跑者不但可獲得由桃園市政府觀光旅遊局製作的限量「雙城馬拉松聯名紀念品」，神戶觀光局也將加贈「神戶智慧觀光旅遊護照」(市價 4,500 日圓)，持該護照可暢遊神戶 48 個景點，在參與馬拉松賽事之餘同步體驗神戶觀光魅力。

(3)神戶觀光局率修學旅行團隊，參訪桃園促成雙城觀光合作

為增進桃園國際交流與觀光發展，桃園市政府觀光旅遊局邀請神戶觀光局、神戶市教育委員會及財團法人一般旅行業協會等來訪桃園，進行學生修學旅行、運動觀光等項目深入交流。三天行程中舉行了「桃園-神戶修學旅行交流會議」，與會單位包括日本 JTB 旅行社、日本旅行社，以及桃園及全國 10 餘所高中校長，共同討論如何促進兩地學生之間文化交流和教育合作，致力於讓桃園成為日本學生來臺修學旅行首選。並期待以此成功交流模式，複製到其它城市，藉以帶動國際城市交流，提升桃園國際能見度。

2.國際觀光推廣

(1)基北北桃韓國觀光推廣交流

本市主辦「基北北桃韓國推廣交流案」，由四市觀光首長率隊首度進行跨域整合行銷，前往韓國首爾辦理觀光推介會及媒體見面會，並以「NEXT Travel 4 City」為行銷主題，搭配四市首字「桃臺新基」作為口號，取韓文諧音「神奇的地方」，為韓國旅客帶來北臺四市最新玩法，爭取韓國遊客停留北臺。

此次推廣活動有許多具代表性第一次，首次打破行政區域限制以全新區域旅遊概念，推出北臺五天四夜旅遊產品，聚焦北臺四市景點，讓韓國觀光業者看見全新旅遊模式；同時，也是北臺四市旅宿業、觀光工廠、伴手禮、商圈、免稅店、旅行社等觀光產業業者組成近百餘人臺灣隊首次共同赴韓推廣，更在韓國首次以媒

體見面會形式，向韓國媒體介紹北臺四市之美，成功吸引韓國媒體及觀光業者的目光。

此次推廣活動在韓國造成話題，吸引韓國 HanaTour、MODE TOUR、Hanjin Travel、LOTTE 等多家重量級組團社，以及韓國四大 OTA 平臺 Myrealtrip, Inc、Head of the Tours & Activities、InterparkTriple Corp 及航空、郵輪旅遊業者參與旅遊推介會，超過數十位韓國媒體前來報導，成功在韓國奠定強大話題聲量。而北臺四市業者，對於此次活動表示高度贊許，不僅為業者開拓商機更帶領他們躍上國際舞臺，讓自己的產品能被更多人看見，同時也讓臺灣本地優質業者，更加凝聚業者間向心力，並期待未來能再次舉辦類似活動。

3.國際觀光接待

(1)113 年 2 月南海電氣鐵道株式會社來訪

本局與桃園捷運公司共同接待南海電氣鐵道株式會社來訪，會中除交換雙方鐵道經營及合作策略外，並討論如何透過於鐵道各站週邊觀光景點結合共同行銷，以吸引更多國內外旅客，並提升運量。透過此次交流，也讓本局與桃捷思考未來合作模式，共同推展桃捷沿線觀光。

(2)113 年 2 月日本神戶觀光局訪桃交流並參訪桃園燈會

本次神戶觀光局來訪主要討論包括桃園—神戶雙城馬拉松共同推進與宣傳、互訪參加及參與名額保留，加強推動雙城間修學旅行，同時將邀集雙方學校及旅行社辦理修學旅行研討會，另配合神戶機場未來開放國際包機直航及定期航班，也規劃辦理桃園—神戶觀光會議，促進彼此觀光產業間交流合作，另外雙方也預計對於 2025 臺灣燈會在桃園及神戶光之祭典展開合作，設立燈組或宣傳攤位。適逢桃園燈會辦理期間，本局更邀請他們參與此次盛會，對於桃園燈會展現古今風格交錯內容讚不絕口，雖然日本也有類似燈會活動，但這次在桃園看到更多、更不同規劃及體驗，感到新奇及感動。

(3)113 年 3 月港澳媒體團訪桃

本次港澳媒體團包括香港媒體旅遊促進會、環球新聞報、澳門力報、天峰文化出版公司及潮遊天下等港澳媒體業者，來桃踩線並與業者進行交流餐敘。透過此次餐敘，雙方交換觀光旅遊資訊，讓彼此都有更深一層認識，並有助於未來通過港澳媒體宣傳桃園旅遊，提升桃園在港澳地區知名度和旅遊市場佔有率，期吸引更多港客訪桃。

(4)113 年 4 月桃園菲律賓觀光業者踩線團

中華航空新闢「臺北—馬尼拉」航線，為宣傳此新闢航線，華航特別邀請菲律賓旅行社、網紅及媒體一行共 84 人來臺踩線，首站即停留在桃園，體驗過境半日遊的大溪行程，包含大溪歷史館、六廿四故事館及大溪老街參訪，踩線團成員對於桃園景點及大溪美食留下深刻印象，認為可做為推廣給菲律賓遊客的旅遊產品。另本局特安排歡迎午宴，邀請本市觀光業者共同參與，藉以加強雙方業者交流並開拓商機。

(5)113 年 4 月韓國旅行業協會 KATA 訪桃

為強化韓國市場合作，本局特別邀請韓國旅行業協會(KATA)會長、會員及明年臺韓觀光交流會議主辦城市木浦市代表團，於臺韓觀光交流會議後來桃參訪。此次安排代表團，走訪代表桃園歷史文化的大溪老城區及大溪老茶廠，也前往最新開幕的桃園兒童美術館及具有創新科技的源鮮智慧農場。同時，為促進雙方觀光業者交流，本局亦邀請桃園觀光有關公協會、旅宿業、觀光遊樂業及相關業者進行餐敘交流並讓雙方業者開拓商機。

(6)113 年 6 月菲律賓旅行社協會(PTAA)踩線團

菲律賓旅行社協會(Philippine Travel Agent Association,PTAA)為菲律賓最大的旅遊協會，會長率領菲律賓旅行業者一行 35 人，來臺進行 5 天 4 夜參訪及踩線活動，其中 1 日於桃園住宿並走訪桃園景點小人國及華泰名品城，感受桃園旅遊魅力。本局亦安排歡迎晚宴，積極向菲律賓業者推薦桃園景點，後續將桃園景點資料及觀光旅宿業者名單提供給菲律賓業者，推動菲律賓旅行社攬客赴桃。

(7)113 年 7 月日本千葉縣成田市議會「政友俱樂部」議員團訪桃

「政友俱樂部」係本市友好城市—成田市市議會中最大團體，該俱樂部一行共 15 名議員來訪本市。除拜會市長，本局亦安排觀光簡報，與「政友俱樂部」深入交流，會後參訪本市市立圖書館總館及源鮮智慧農場，並於隔日參訪中壢區興國公有零售市場等市政設施，使其深入了解桃園觀光資源及基礎設施。同時，也期待兩市合作共同攜手推動桃園市與成田市兩地觀光產業、促進臺日兩地人民觀光交流。

(8)113 年 7 月日本茨城縣牛久市訪桃

日本茨城縣牛久市市長沼田和利率領 3 人訪問團來訪桃園，進行兩市觀光交流。此次會議討論牛久市至桃園觀光參訪計畫，以及在牛久市官網上連結桃園市觀光資訊。牛久市亦計劃邀請桃園市官員及旅遊產業相關人員訪問，並宣傳當地著名「牛久河童祭」。同時，牛久市將推廣市民參加桃園燈會等活動。雙方互相介紹各自旅遊資源、地方文化及城市之美，加深彼此認識與友誼，並期望未來能有更多合作機會。

(三)桃園觀光旅遊服務再升級

1. 隨著國際入境旅客人數逐步回升，為提供更友善旅遊服務，桃園市政府觀光旅遊局於桃園國際機場第一航廈與機場捷運 A12 站聯通道處新設 A12 桃園遊客中心，提供相關服務如下：

(1)A12 桃園遊客中心貼心服務

A12 桃園遊客中心設於桃園國際機場第一航廈與機場捷運 A12 站聯通道處，位於旅客轉乘必經交通要道。遊客中心已於 8 月 9 日起正式啟用，可即時提供國際旅客桃園食、宿、遊、購、行等旅遊資訊，並可代訂住宿、景點門票及提供外語諮詢服務。

(2)桃園特色遊程

推出 3 條桃園限定遊程，以精緻化小團包車出遊，讓旅客可自由暢玩大龍門、珍珠海岸及主題樂園，旅程中還可品嚐桃園美食及感受在地文化，深入體驗桃園旅遊魅力。已於 113 年 6 月起在 Klook、KKDay 及 trip.com 三大旅遊平臺開賣。

(3)桃園旅遊套票

與桃園在地業者合作，推出結合交通及熱門景點的「桃園旅遊 1+1 套票」，旅客選購桃園捷運 1 日票或來回票，即可以優惠價擇一搭配 Xpark 八景島水族館、埔心牧場、小人國主題樂園門票及桃園觀光酒廠抵用券，用最經濟實惠方式遊桃園。

(4)套票買一送一優惠方案

為慶祝 A12 桃園遊客中心正式啟用，在 Klook、KKDay 及 trip.com 三大旅遊平臺加碼推出桃園旅遊套票「買一送一」限量 150 組超值優惠，以優惠價格打響桃園景點知名度。

(5)桃園在地特色產品展示

A12 桃園遊客中心設有在地商品展示櫃檯，讓桃園業者能展示在地特色產品，如：韓國旅客來臺必買的牛軋餅及芒果凍、日本旅客來臺必買的茶葉、桃園特色農產品及文創產品…等，在這裡都能現場導購下單。

2. 除服務自由行旅客外，本局對團客遊程安排並推出獎勵方案，以吸引旅客來桃旅遊。

(1)辦理旅行業者踩線

規劃辦理桃園遊程體驗推廣活動，邀請臺灣入境接待旅行社踩線，行程囊括桃園海線區、都會區、北橫及大龍門等熱門景點，加強旅行社將桃園景點納入遊程，共同推廣桃園旅遊。

(2)泰國旅客團體旅遊獎勵方案

為鼓勵旅行社將桃園遊程納入行程安排，推出旅遊獎勵方案。旅行社出團泰國旅客赴桃園旅遊達 4 人(含)以上，並於桃園市造訪 2 處景點、住宿合法旅宿 1 晚及於餐飲業用餐 1 次，即可申請每位旅客新臺幣 1,000 元之旅遊獎勵，共計 3,000 個名額，300 萬獎勵金供旅行社申請。

本案旨在透過獎勵計劃並向泰國當地業者宣傳，共同進行導客，現已逐步看見成效，除申請補助的團體人數持續增加之外，桃園業者如：埔心牧場、小人國主題樂園亦表示園區內東南亞旅客亦比往年增加許多，實質帶動旅遊效應。

五、風景區管理業務

(一)虎頭山風景特定區

111 年虎頭山公園兒童森林探索體驗場域委託規劃設計服務案

本案總經費 482 萬 2,910 元，以「奧爾森林學堂」為主題，打造桃園第一座在樹林間遊玩以兒童為主的森林探索場域，並納入歷史文化與環境教育體驗。已完成現況基地測量與民眾及專家學者參與工作坊，參酌民眾意見及專家學者對於環教場域、生態、考古各面向建議，目前本案提送本府適性大會排審，預計 113 年 9 月完成細部設計，10 月工程上網招標。

(二)大溪中正公園

1. 大溪中正公園整建工程

為使公園兒童遊戲區符合兒童遊戲場設施安全管理規範並打造新型態特色兒童遊戲區，將設置符合大溪歷史意涵之崁津歸帆特色遊戲場，同時改善大溪中正公園鋪面動線、涼亭、座椅及景觀植栽等設施，遂辦理大溪中正公園景觀整建工程，本案亦獲內政部營建署「兒童遊戲場環境設施改善計畫」補助 350 萬元，工程總經費約 2,500 萬元，預計 113 年 12 月底前完工。

2. 大溪中正公園邊坡崩塌災害復建工程

因 112 年卡努颱風過境，大雨沖刷造成邊坡部分土石滑落，沿線均有岩盤露出情形，遊客通行有安全之虞，本府進行前揭災害復建，在已崩塌邊坡架設掛網護坡外，沿線一併新增落石防護網。全案於 113 年 4 月 15 日開工，預計同年 10 月 1 日完工。

3. 桃園大溪中正公園景觀電梯設備暨電梯井改善工程

為減少維修負擔、以達節能環保、延長電梯使用年限及改善乘客體驗，本府辦理「大溪中正公園景觀電梯設備暨電梯井改善工程」，施作隔熱玻璃工程、隔熱紙工程、新增通風設備及鋁百葉窗及屋頂口隔熱板，為遊客提供更好的服務與環境。本案自 113 年 7 月 8 日起進行改造，工程預計於 10 月中旬完工。

(三)慈湖園區

1. 後慈湖展演空間營造計畫

為改善及重新營造後慈湖秘境，預計進行後慈湖園區整體氛圍營造，以時間軸方式呈現自民國初年至今各階段歷史風貌，進而規劃室內裝修作業及戶外環境周邊景觀整理，讓遊客感受全新後慈湖秘境。另外，為兼顧螢火蟲生態復育與夜間活動安全保護，也重新營造後慈湖夜間照明氛圍。本案計畫總經費 3,436 萬元，戶外景觀工程部分於 113 年 4 月 8 日工程開工，預計 113 年底完工。

2. 舊百吉隧道暨周邊環境改善計畫

本案著重優化隧道兩端入口廣場設施、隧道內展示空間更新，包含廣場鋪面修繕、水溝改善、入口意象更新、景觀綠美化處理、涼亭頂棚修繕，以及公廁整修等；另為滿足本區遊客停車需求，將評估於鄰近土地增設停車空間。本案總經費 2,000 萬元，預計於今(113)年 10 月底完成規劃設計，並於年底前工程決標、114 年 10 月前完工開放。

(四)北橫故事—角板山觀光場域再造計畫

全案為交通部觀光署「觀光前瞻建設計畫」—「魅力旅遊據點營造：區域旅遊品牌」補助案，總經費 8,000 萬元，分 112、113 年執行，以樟腦收納所、角板山行館及回字館為主，進行角板山園區空間優化環境整備，透過修復歷史場域，提供互動性、趣味性等展示故事。本案建築及戶外景觀部份已於 112 年 12 月 1 日開工，並採分期分區方式施作，部分戶外園區已於 113 年 7 月 13 日開放，預計 113 年底全面開放。

(五)小烏來風景特定區

1. 小烏來風景特定區義盛溫泉 1 號井鑿井工程

小烏來風景特定區內義盛 1 號溫泉井，於 112 年 11 月取得鑿井許可，並於 113 年 1 月 8 日開工，預計 113 年 8 月底完工，溫泉將開挖至 880 公尺深，全案計畫經費約 2,110 萬元，完成後溫泉水源將提供野溪溫泉以及周邊民宿或旅館使用，期提升在地遊客觀光體驗。

2. 宇內溪戲水區新設野溪溫泉

「羅浮小烏來地區景觀遊憩系統改善計畫統包工程」已於 112 年 11 月完成，並於宇內溪戲水區新設一處野溪溫泉，未來除夏季清涼溪水外，俟義盛 1 號溫泉井開鑿完成後，冬季亦有溫暖熱湯挹注，野溪溫泉已於 113 年夏季先以山泉水形式先行對外開放，預計 113 年冬天正式引入溫泉。

(六)再造桃花源計畫

桃園因早期先民遍植桃樹而得名，為再現「桃仔園」美景，推廣桃花種植工作。本府於 6 月 28 日完成種植 560 株重瓣桃花，於虎頭山公園、慈湖銅像公園、南營區、角板山行館園區、小烏來風景特定區等地種植營造植栽亮點，以吸引遊客前往賞花。

(七)桃園風景區停車場充電樁設置

為提升本府風景區停車場服務品質，並因應社會對環保日益關注，打造有利電動車輛使用環境，提升民眾使用電動車之意願，以及配合臺灣 2050 淨零排碳路徑「運具電動化及無碳化」計畫推行，規劃在轄管 7 處風景區公有停車場(虎頭山環保公園、北橫遊客中心、慈湖遊客中心、小烏來停車場、義盛遊客中心、下巴陵停車場及拉拉山遊客中心)，設置便捷充電環境，進一步提升停車場的價值與利用率，預計 114 年初建置完成。

(八)風景區觀光服務推廣

1. 遊桃園行動服務營運

(1)「遊桃園」智慧觀光行動服務平台營運內容及績效

「遊桃園」智慧觀光行動平臺，提供即時、適切、友善觀光四導(導遊、導覽、導航、導購)服務，串連在地觀光資源營造差異化特色，與在地產業共同合作，提供智慧且便捷的旅遊服務，並整合第三方平臺資訊(天氣、即時影像、災害預警、即時交通、客觀評價、服務時間、訂房比價等)，建立結構化資料庫，分析使用者行為，運用觀光數據，結合智慧演算，作為觀光決策及業者導客利器。113 年營運績效為自 107 年 1 月 9 日上架至 113 年 7 月 31 日為止，iOS 版 79,870 次、Android 版 133,832 次，總計 213,702 次。使用者評

價：iOS 版 4.5/5 分，Android 版 4.1/5 分。總瀏覽頁數達 1,501.8 萬、智慧化區域推播 343.5 萬等。

(2)113 年遊桃園 APP 多項重點升級

i. 即時影像升級

113 年推出「南、北跑道全視角」即時影像，透過 4K 高解析鏡頭及現場收音，滿足大家 24 小時追飛機期待。另 113 年本局為了讓服務更全面，創新設置「桃園觀光 OBS 直播網路服務」，在即時影像畫面提供即時航班資訊、天氣及活動跑馬燈等資訊。

ii. APP 正式更名

透過大數據及趨勢關鍵字分析，將「桃園智慧遊 APP」正式更名為「遊桃園 APP」，以簡潔易記好搜尋的名稱凸顯桃園旅遊品牌。另加強印尼語、泰語及越南語旅遊資訊，友善東南亞朋友來桃園觀光。針對遊客最常使用的導覽地圖，進行地圖使用者介面優化，尤其針對綠色運輸資訊，將重點資訊以更容易閱讀方式呈現。

iii. 推出觀光互動集章任務專區

利用 APP 內集章功能，讓遊客可於系統內以線上任務方式，結合線下實際旅遊行為，打造桃園新玩法。包含舉辦多項線上線下活動，如結合 Minecraft 遊戲及 APP 打卡抽獎活動的石門水庫闖關紀念活動、北橫公路線上路跑活動等。另推出「趣北橫·集點拿大獎」線上集點活動，吸引遊客參與。此外推動數位轉型，規劃建置數位孿生智慧觀光場域，提供虛擬旅遊導覽體驗。

2. 山林步道巡護志工業務

目前山林步道巡護志工共 7 支分隊，總人數為 166 人，截至 113 年 7 月已辦理 2 場次年度教育訓練，1 場次志工幹部教育訓練，1 場次志工參訪觀摩活動(出席率達 84%，滿意度達 96%)，2 場次戶外走讀講座；今年 1 月至 6 月山林巡護異常通報共 84 件，成案 59 件，成案率 70%，有效結合民間資源協助推動山林步道巡護，發揮志工隊之功能。

(九)遊憩亮點活動

1. 2024 探索北橫春季-「挑戰北橫 X 橫越大龍門」櫻花勇士騎行活動

為串聯大龍門與北橫旅遊廊帶、行銷北橫櫻花季，活絡地區觀光經濟，本活動已於 113 年 3 月 2 日、3 日舉辦，首日鎖定家庭親子族群、業餘自行車愛好者等多元族群，推出橫跨大溪、龍潭及石門水庫的「大龍門親子騎行路線」，次日以專業自行車騎士為對象，推出延續以往從慈湖遊客中心上行至拉拉山遊客中心的挑戰路線，開發多元自行車騎行路線、向民眾展示不一樣的北橫公路美景，打響桃園「櫻花勇士」知名度。

首日(3 月 2 日)報名人數為 518 人、實際報到人數為 354 人，抵達終站計 109 人；次日(3 月 3 日)報名人數共 500 人、實際報到人數為 401 人，抵達終站計 249 人。

2. 探索北橫-離你最近的芬多精仙境」優質好禮活絡國內旅遊

(1)為行銷桃園北橫及大龍門觀光景點、合法旅宿及露營區，以豐富好禮吸引民眾旅遊意願，於 113 年 6 月 1 日至 10 月 31 日舉辦「探索北橫-離你最近的芬多精仙境」抽獎活動，共計有【戲水區溫泉獎】-活動期間登錄羅浮溫泉泡湯發票或小烏來天空步道門票票根流水號，即能獲得一組抽獎序號；【北橫大龍門旅宿獎】-活動期間去桃園北橫、大溪、龍潭及石門地區合法民宿、旅館及露營區住宿，金額達 800 元，即獲得一次抽獎機會；最後為【北橫大龍門加碼抽】-達成前兩者條件者可額外獲得一組加碼抽序號。活動最大獎為油電車，另有電動機車、64 吋及 32 吋電視等多項好禮。

(2)趣北橫集點拿大獎線上活動串連北橫及大龍門景點

盤點北橫及大龍門逾 40 個熱門景點舉辦「趣北橫。集點拿大獎」線上活動：活動自 6 月 10 日起開始，只要完成 3 個景點集章任務即能兌換 135 份線上運動課程，換完為止，提升旅遊趣味性。

(3)北橫公路路跑活動吸引路跑愛好者來北橫挑戰

規劃「北橫公路線上路跑活動」：以路跑族群為目標族群，規劃於 9 月 2 日至 10 月 31 日舉辦「北橫公路線上路跑活動」，分為「15 公里組」、「10 公里組」及「5 公里組」3 組別，民眾須於臉書粉專「探

「探索北橫」活動貼文上傳個人路跑路線截圖、#runforNCIH2024 #我跑_公里等，就有機會抽到藍芽喇叭、餐飲券及電影券等好禮，期能以不同旅遊型態將北橫公路之美傳遞出去。

3. 2024 探索北橫夏季活動

桃園北橫山、水、陸、人文觀光資源豐富，隨著戶外旅遊風潮漸興，北橫獨有的特色發展出多元主題旅遊型態，接續去年探索北橫相關遊程，今年 7 月到 10 月，目標為開發出獨具北橫特色、可持續性旅遊商品路線，期以透過不同遊程路線串聯北橫歷史人文、自然生態、在地美食特色與熱門景點，俾讓北橫一帶觀光產業永續經營、熱度不退。目前規劃 6 大主題 15 條路線，包括：樂桃消暑系列、部落輕旅系列、星河山城系列、沐浴山林系列、秘境蒔光系列、行腳北橫系列；截至 8 月 2 日已成團 6 團共 201 人次。

4. 桃園夏日親子戲水首選「宇內溪戲水區」再次開放

小烏來風景特定區「宇內溪戲水區」，每年都吸引許多親子族群前來玩水，不過去年因為河川整治工程，全年都沒開放，但繼去年施工整修完成後，今(113)年 6/1 起連續四個月重新開放，7、8 月配合暑假全月開放(除週二休園日外)，9 月每逢星期六、日(含國定假日)開放，且於宇內溪岸再規劃一處野溪溫泉，並重新整修既有公共浴廁、淋浴間與設備儲槽等，以完善戲水區遊憩服務；另於 7/27 舉辦上、下午共 2 梯次水域安全宣導體驗營，寓教於樂，此外亦結合「探索北橫—離你最近的芬多精仙境」抽獎活動，邀請民眾順遊北橫及「大龍門」合法旅宿及露營場住宿，期能帶動當地遊憩發展。

5. 辦理桃園極限運動 虎頭山 Pump Track 活動

桃園市政府為推廣桃園觀光，藉由辦理極限運動，吸引民眾至桃園遊玩，民眾除可參加比賽，還可順道參觀周邊景點，如虎頭山公園、虎頭山環保公園、桃園忠烈祠暨神社文化園區及孔廟等景點。活動於 113 年 7 月 6 日假汴洲公園辦理。本次活動為延續 112 年熱度，辦理第二屆桃園極限運動活動，民眾採線上報名參加極限運動體驗。活動現場除有精采極限運動表演作為開場，還有許多美食餐車，現場還安排多名專業教練，讓小朋友在教練的指導下，親身體驗極限運動魅力，此

外公園內還設有步道與廣闊草坪，打造親子遊憩環境，適合家庭野餐與親子活動。

當日活動聚集超過 500 名民眾參加，現場除有專業極限玩家參加，亦吸引許多親子同樂，現場氣氛熱烈，遇到精彩畫面，民眾尖叫聲連連。賽事結束，民眾留在現場久久不散，意猶未盡。賽後更有超過 13 家媒體新聞露出，並有 10 位網紅一同參加活動，撰寫貼文分享，引起廣大網友共鳴。未來，市府會繼續推動類似特色觀光，並且與各相關業者合作，創造更多創新觀光活動，讓桃園觀光魅力持續發光發熱。

六、智慧觀光業務

(一)桃園觀光景區舒適度燈號系統

本局運用電信大數據掌握各時段人流數據，持續維運「桃園觀光景區舒適度燈號」，並於人流 70%以下顯示綠燈（景區舒適）、70%-80%顯示黃燈（景區略擠）、80%以上顯示紅燈（景區擁擠），以 3 種燈號顯示，每半小時變動 1 次（燈號顯示時間 08:00-17:00），包含大溪老城區、石門水庫風景區、虎頭山風景特定區、竹圍漁港、慈湖、永安漁港、角板山遊憩區、觀音蓮花園休閒農業區、拉拉山、新屋綠色走廊、大溪月眉休閒農業區、小烏來風景特定區、羅浮溫泉區、草漯沙丘地質公園、五酒桶山步道、農博環境教育園區、龍潭大池、許厝港濕地、1895 乙未保臺紀念公園、八德埤塘自然生態公園、秀才登山步道、老街溪沿岸步道、大有梯田生態公園及三坑自然生態公園、桃園藝文特區商圈、桃園高鐵商圈、青埔藝術運動園區等 27 處景點，提供人流疏導參考，有效分流人潮，提供民眾舒適旅遊環境。

(二)即時影像觀察人流狀況

本局觀光導覽網目前提供 17 支高解析度即時影像，包含拉拉山、石門水庫、大溪橋、大溪老街、小烏來天空步道、小烏來寰宇平臺、角板山生態池、角板山梅園、虎頭山奧爾森林學堂、慈湖水岸廣場、永安漁港、虎頭山環保公園、三龜戲水觀景平臺、角板山思親亭、桃園國際機場、華航諾富特飯店、上巴陵，提供國內外遊客能夠即時瀏覽桃園美景，並可於出遊前獲取景區現地氣候及人潮現況等旅遊資訊，作為旅遊前參考。

(三)建置創新科技觀光體驗專區

1. 本府觀光旅遊局運用科技創新智慧觀光服務，推出熱門景點數位學生及體驗桃園專區，包括：石門水庫、大溪老街、巴陵及拉拉山 4 處體驗桃園專區及拉拉山神木群、大溪老茶廠、卡司蒂菴樂園、手信霧隱城及祥儀機器人夢工廠等 5 處數位學生，「數位學生」是透過高畫質全景影像，一比一還原現場最真實樣貌，讓民眾可以身歷其境自由漫步在 3D 復刻的拉拉山及特色觀光工廠場景中穿梭，獲得線上博物館等級體驗，讓人彷彿身歷其境，進而到桃園參觀旅遊，深獲多家觀光工廠業者及桃園觀光工廠促進發展協會支持與肯定。
2. 桃園觀光導覽網 112 年總瀏覽量 828 萬頁、較 111 年成長 25.6%，使用者數成長 52.3%、國際境外流量成長 2.42%各項瀏覽數據呈現成長趨勢，顯示桃園旅遊熱度超越 111 年同期。分析主要原因包含網站影音改版、精彩活動回歸、暑期旅遊旺季與國旅補助。

(四)桃園觀光 OBS 直播網路服務

112 年 11 月 29 日首次推出「桃園國際機場—南跑道即時影像」，上線至 113 年 7 月 31 日總瀏覽量已達 525.5 萬人次，為了讓更多國內外遊客看到桃園，本府積極與桃園機場公司接洽推出全臺首支全視角機場即時影像，相較 112 年推出南跑道單一視角即時影像，113 年 5 月 2 日推出臺首支「南、北跑道全視角」即時影像，透過 4K 高解析鏡頭及現場收音，滿足大家 24 小時追飛機的期待，截至 7 月 31 日總瀏覽量達 58 萬人次，YouTube 頻道訂閱數位居六都第一。另 113 年本府為了讓服務更全面，創新設置「桃園觀光 OBS 直播網路服務」，在即時影像畫面提供桃園即時優惠旅遊資訊（如桃園旅宿母親節優惠、主題樂園優惠）、即時航班資訊、天氣及活動跑馬燈等資訊，並安排專屬小編宣傳桃園景點及調整民眾想看的視角、線上與民眾互動，主要瀏覽客群為臺灣、日本、美國、香港及新加坡，讓國際旅客關注桃園，營造桃園國際形象，強化桃園國際觀光的品牌力與影響力。

(五)大龍門品牌先期活動~「Game 遊桃園大龍門」

1. 為行銷「大龍門觀光廊帶」，於 113 年 6 月 6 日至 8 月 25 日暑假期間，舉辦「Game 遊桃園大龍門~石門水庫 60 週年闖關紀念活動」，首創將石門水庫美景搬進麥塊(Minecraft)遊戲世界，透過充滿在地特

色的趣味闖關遊戲，例如體驗活魚餐廳送餐、遊湖划船、水庫路跑等，線上玩遊戲抽好禮；同時將線上流量導入現地旅遊，同步舉行「大龍門尋寶趣」現地打卡活動，並結合 8 家在地觀光產業共推旅遊優惠，行銷大龍門旅遊帶。

2. 活動自 6 月 6 日上線以來，截至 7 月底，已吸引大量玩家參與，線上闖關人數已達 40,406 人次，線下打卡次數已達 9,971 次，線上及線下之數位禮券共 3,400 組已全數發放完畢，抽獎序號已發出 5,425 組，活動獲得廣泛好評和熱烈迴響。本次也將合作之觀光業者設為打卡點，打卡次數 3,607 次，占總打卡次數 36%，顯示發揮吸客至景區效果，帶動大龍門觀光產業，活動推出後對比去年同期，下載量成長 2.1 倍、瀏覽量增加 1.2 倍。

貳、未來努力方向

一、旅遊行銷業務

(一)2024 桃園萬聖城

1. 桃園萬聖城活動為桃園新節慶品牌，以邪惡無害、恐怖可愛的風格重新定義萬聖節，以主題展演秀、變裝比賽、大型演唱會、討糖踩街遊行、系列親子活動及具話題性之萬聖節裝置物吸引民眾參與；藉由萬聖節嘉年華慶典式的氣氛，結合在地商家，打造桃園特色觀光品牌，串聯北北桃年底大型節慶活動(桃園萬聖節、新北耶誕節、臺北新年城跨年)，吸引親子族群遊客盛裝打扮前來桃園造訪。
2. 2024 桃園萬聖城暫定 113 年 10 月 26 日至 11 月 3 日在桃園藝文廣場及藝文綠園道盛大展開，預計吸引超過 50 萬人次共襄盛舉。

(二)2025 臺灣燈會

1. 由本市承辦之 2025 年臺灣燈會將自 114 年 2 月 12 日(開幕日-農曆正月 15 日元宵節)至 2 月 23 日(閉幕日)舉行，共計 12 天，活動場地為機場捷運 A18、A19 週邊土地，包含高鐵站前廣場、樂天棒球場、亞砂 IOT 展廳周邊、青塘園及洽溪路封街路段，場地面積約 28 公頃，預計可吸引千萬人潮前來桃園賞燈，帶動桃園周邊在地產業觀光商機。

2. 桃園擁有眾多埤塘，如鏡面般的水面，映照出桃園城市樣貌；2025 年臺灣燈會在桃園將以「光聚千塘 串桃園」為主題。每一座閃閃發光的埤塘如同燈飾作品訴說著地方故事，透過燈光藝術串連桃園地方特色，營造一個光影交織的奇幻世界、幸福城市，此外，桃園作為國境之門，是臺灣與世界連結最直接的場域，且擁有閩南、客家、原住民族及新住民等族群，呈現共融之光，此次臺灣燈會在桃園，規劃將智慧科技應用和低碳永續理念貫穿整個燈會，展現桃園創新與可持續發展的無限性。
3. 活動經費已由本局籌編 113-114 年度預算 3 億 6,015 萬，中央各部會預計約補助 6,700 萬，共計 4 億 2,715 萬，用以支應燈區規劃設計製作、環境及安全維護、醫療救護、人力培訓、禮賓接待、志工服務…等項目。
4. 市府目前已依工作內容，分為 16 個工作小組，包含整體規劃組、行政協調組、宣傳行銷組、表演節目組、資訊考核組、產業招商組、財務管理組、在地參與組、禮賓接待組、志工服務組、場地設施組、環境維護組、交通運輸組、安全維護組、防災應變組、醫療救護組，並設立專案辦公室全力推動相關業務，每月召開 1-2 次執行委員會確認相關執行進度，全力推動臺灣燈會籌備相關工作。
5. 臺灣燈會是最好城市宣傳的平臺，市府將結合市內旅行業、旅館業、觀光景點等旅遊相關產業規劃套裝行程，讓參與民眾白天遊桃園、晚上賞燈會，擴大整體觀光效益並創造在地業者商機，2025 臺灣燈會在桃園預計可吸引 1,500 萬人次賞燈人潮，並創造超越 2016 年之經濟效益。

二、觀光管理業務

(一)桃園好棧行銷增加國際曝光

為推廣桃園好棧品牌精神，以多元方式輔導桃園旅宿業提升服務品質，並透過多元方式行銷桃園，包括聘請專家學者辦理旅宿評鑑活動、鼓勵旅客住宿好棧抽獎活動、桃園在地特色商品展售通路等多元主題、創意的串連行銷等，增加桃園好棧曝光機會，爭取國內旅遊商機。此外，加強國際行銷曝光、建置多語網站、拍攝國際級宣傳影片、

安排國內外參訪等，將桃園好棧行銷至國際，帶給業者實際的住宿及消費提升。

(二)提升旅宿業專業知能

提升本市旅館、民宿業者專業知識與技能，增加服務品質與能量，本局將持續辦理相關實體或線上課程，調查業者實際需求、聘請業界專業講師分享最新產業趨勢、國內外重要政策等，並安排國內外指標型觀光旅館或特色民宿產業交流、規劃旅宿業跨界或聯名合作等，以更加多元、具創意的方式鼓勵旅宿業者提升服務質與量，創造桃園特有的旅宿氣氛。

(三)民宿申設輔導及合法化

114 年將持續辦理民宿申設輔導計畫，並透過民宿合法化輔導團隊，提出潛在可申設民宿物件資料，協助民宿自主管理及品質提升，製作桃園民宿地圖，並配合珍珠海岸計畫進行沿岸區域民宿發展規劃，另外亦針對未取得民宿登記證之非法民宿，進行合法化輔導或歇業轉型策略分析。

(四)積極爭取中央補助桃園市露營場輔導及管理計畫

延續 113 年各項露營場輔導作為，本局 114 年將向交通部觀光署積極爭取「桃園市露營場輔導申設計畫」相關經費補助，計畫內容包含進用協助執行露營場相關業務人力、辦理露營場輔導申設計畫、製作露營場文宣資料及購置現場稽查作業所需設備及器材等，以多元方式提升露營場輔導及管理效率，加速本市既有露營場合法化，並維護遊客權益。

三、觀光技術業務

(一)發掘本市觀光資源，打造特色魅力景點

有關本市遊憩建設，打造主要推展主軸為市區樂活旅遊帶、大龍門低碳旅遊帶及原鄉生態旅遊帶。其中，大龍門低碳旅遊帶，已成功打造「大龍門旅遊行銷推廣-動漫路跑嘉年華系列活動」；市區樂活旅遊帶的觀光建設步調，已爭取並獲得交通部觀光 113-114 年度「景點優化體驗加值計畫」，辦理「桃園市大棟山風景特定區大湖之森自然步道周邊環境優化加值計畫」(3,000 萬)，並持續進行觀光發展規劃暨基

礎設施研擬建置；在原鄉生態旅遊帶，本局已爭取並獲得交通部觀光署 113-114 年度「景點優化體驗加值計畫」，進行「復興區枕頭山步道環境改善計畫」（2,000 萬）、「羅馬公路休閒廊帶營造計畫」（1,500 萬），目前工程皆為規劃設計階段。

(二)積極爭取中央建設補助，提升本市各遊憩據點品質

本市持續積極向中央爭取各項專案型補助計畫，以挹注觀光建設經費，改善既有陳舊設施，強化本市觀光環境，打造屬於桃園的國際觀光品牌，實現本市成為國內低碳旅遊首選品牌之願景、以及帶動地方觀光產業發展。目前計畫已爭取並獲得交通部觀光署「體驗觀光地方旅遊環境升級中程計畫（113-116 年）」之「重點廊帶亮點營造計畫」進行「桃園珍珠海岸計畫」，打造珍珠海岸沿線計畫，將竹圍、永安漁港塑造為「南北海岸雙心」，串聯桃園濱海潛力據點、創造區域性特色、吸引國際旅客、推動綠色旅遊及生態教育。

(三)廣續推動觀光地區整體區位發展，帶動地方經濟發展提升

延續 112 年「大棟山風景特定區」之劃定公告，今年著手進行「大棟山風景特定區整體規劃案」及「桃園市大棟山風景特定區大湖之森自然步道周邊環境優化加值計畫」，目標將以區域觀光發展及休憩基礎服務量能為主要任務，另外辦理「大龍門旅遊廊帶觀光發展總顧問計畫暨區域策略規劃案」，推動大龍門整體規劃，以大漢溪作為串連旅遊景點之核心，挖掘地方故事、產業引導及地方潛在景點，結合多元類型觀光景點，推廣更多客製化遊程。

四、企劃暨國際業務

(一)順應國際風潮辦理特色客群推廣活動

1. 辦理大溪豆干節暨相關行銷活動

- (1)大溪豆干遠近馳名，為旅客造訪大溪必吃、必買的伴手禮，市府將持續規劃辦理大溪豆干推廣活動，結合百年豆食文化與大型表演藝術，展現大溪獨特人文底蘊與夜間觀光，並以豆食為核心，邀請料理職人們齊聚一堂，秀出好手藝，結合美食與在地好物展現在地特色，讓旅客感受不一樣的祭典氣氛。

(2)活動目前暫定於 11 月份舉辦，以蔬食行動理念為核心，推廣蔬食生活理念，並納入大龍門觀光旅遊廊帶進行加強宣傳。

2.辦理桃園珍珠海岸特色 IP 遊程

(1)桃園濱海地區遊憩景點包含自然生態賞景的許厝港國家級重要濕地、草漯沙丘地質公園、觀新藻礁生態系野生動物保護區、新屋百年石滬群、新屋綠色走廊、多處環境教育展館等，亦有文化古蹟相關的白沙岬燈塔園區、海客文化園區等，更有竹圍漁港、永安漁港新鮮魚貨美食，加上周邊多觀光工廠和休閒農場，觀光資源豐富極具發展潛力。

(2)為增加桃園濱海旅遊吸引力及有效串連觀光景點，本案將結合知名 IP 透過親子團體旅遊模式，藉由遊程包裝納入親子共同體驗、探索在地文化及品嚐特色美食，打造桃園珍珠海岸具話題特色的遊程商品。

3.辦理過境旅遊吸引轉機旅客再訪桃園

(1)為發揮桃園機場城市區位優勢，藉由專車導覽、搭乘機場捷運或其他友善的旅遊服務，開發過境旅客專屬桃園遊程，讓過境旅客深度體驗桃園觀光的獨特風情與魅力，進而規劃桃園為下一次觀光旅遊目的地。

(2)針對轉機旅客進行專屬套裝遊程行銷推廣與資訊露出，預計可增加 50 萬人次以上的過境市場旅客關注桃園轉機專屬遊程，提高桃園觀光能見度與吸引力。

(二)建置桃園智慧觀光場域展現桃園之美

1. 桃園 A8 長庚轉運站公益回饋空間由本府青年事務局的青創加速器及桃園市觀光發展基金會進駐共享空間及負責維運，作為桃園國際觀光推展的櫥窗及觀光商務客群或貴賓接待的場域。

2. 整體空間將打造成智慧觀光展示場域並納入收藏專業觀光圖書功能，另設部分開架閱覽區，讓一般民眾能閱覽專業觀光書籍、觀看影音影片及展示桃園智慧觀光發展成果。

(三)持續加強桃園國際觀光推廣及交流

1. 桃園國際觀光文宣及宣導品製作

國際旅遊市場開始逐漸復甦，本局為積極爭取國際觀光旅客來桃園旅遊，規劃並製作全新的桃園國際觀光宣傳手冊，綜合整理桃園食、宿、遊、購、行資訊，以中文、英文、日文、韓文、泰文，5種語言版本製作，預計印製 45,000 本，發送給目標市場旅客。同時，為宣傳桃園觀光品牌和深度旅遊魅力，並規劃製作桃園專屬宣導品，將透過旅展、推介會或觀光活動…等，對於參與活動者發送同時提升桃園能見度及好感度。

2. 國際城市交流

(1)與日本宮城縣名取市簽訂觀光交流 MOU

受日本宮城縣名取市之邀，規劃於明(114)年 1 月舉行「桃園市觀光演講會」並同時簽署「觀光交流 MOU」，未來再展開運動、觀光、農業、產業等領域交流，並開啟雙方送客，以達相互推廣意義。

(2)辦理「桃園 X 神戶 雙城馬拉松」

「神戶馬拉松」將於 2024 年 11 月 17 日(日)舉行，本市廣邀預計百名桃園路跑好手前往參加，並預計於 2025 年 2 月辦理桃園馬拉松，屆時將邀請神戶路跑好手來桃園共襄盛舉，以雙城馬拉松方式，增進城市友好交流，促進雙城觀光推廣。

3. 國際觀光推廣

(1)持續參與國際旅展增加桃園能見度

113 年預計參加 2 場國外旅展，新加坡秋季旅展及觀光推廣活動(8 月)、越南胡志明市國際旅展 ITE 及觀光推廣活動(9 月 3 至 8 日)，持續推廣桃園之美並同時宣傳「2025 臺灣燈會在桃園」。

(2)「2025 臺灣燈會在桃園」國際行銷

為宣傳「2025 臺灣燈會在桃園」，本局將展開國際宣傳計劃，以多元管道及素材宣傳臺灣燈會，以吸引海外旅客前來參訪。

(3)參與神戶光之祭典

「神戶光之祭典」為關西三大燈節之一，每年都會吸引數百萬人前來欣賞，此次將受神戶觀光局之邀前往參展及設攤，推廣桃園之美。

五、風景區管理業務

(一)虎頭山遊憩據點改造活化

1. 虎頭山風景特定區服務設施改造計畫(兒童遊戲場、奧爾森林學堂暨周邊改造)

本局辦理「虎頭山公園兒童森林探索體驗場域委託規劃設計服務案」，預計於 113 年 9 月完成全案規劃設計，將以遺址保護為前提，強化與「自然環境」接觸，融入既有「奧爾森林學堂」設計元素，打造桃園第一座在樹林間遊玩以兒童為主的森林探索場域，完善環境教育與解說系統，營造虎頭山公園自然景觀、歷史文化的森林探索體驗環境，吸引更多遊客及市民來虎頭山造訪遊玩。

2. 停機坪旅遊服務用地開發

變更林口特定區計畫(配合虎頭山風景特定區觀光整體發展規劃)(第一階段)於 111 年 1 月完成並公告生效，其中虎頭山風景特定區內停機坪及停機坪聯外道分別變更為旅遊服務設施用地及道路用地，為符合變更後各公共設施用地依據該計畫於計畫公告實施後 5 年內(民國 115 年)完成興建，預計將於 113 年 8 月及 10 月辦理公聽會，以利後續土地協議價購作業。

(二)推動北橫國家級風景特定區

1. 劃設範圍面積約 4 萬 5,134 公頃，以臺七線為主沿線包含前後慈湖、石門水庫風景區、角板山、小烏來風景特定區、拉拉山等，並包含五大國家森林遊樂區(滿月圓、東眼山、拉拉山、明池、棲蘭)。
2. 本府風景區管理處於 113 年 6 月 7 日已函送修正後評鑑說明書(修正 3 版)予交通部觀光署，期儘速辦理評鑑作業。

六、智慧觀光業務

(一)「遊桃園」APP 行動系統智慧化升級

1. 預計 113 年 12 月底前完成，藉由行動服務平臺優化（UI、UX 優化）提昇軟體瀏覽效能、瀏覽介面改善、建置 VR 場景及透過例如 Google API 介接方式，將最新觀光資訊呈現於桃園智慧遊 APP 中。
2. 持續優化印、泰、越三國語系行動導覽服務
因應新住民客群，廠商在既有桃園智慧遊 APP 印、泰、越語系基礎下，繼續優化桃園智慧遊 APP 印、泰、越三國語系行動服務系統。
3. 建置觀光網路直播功能
透過部份頻道加入 OBS 直播功能，打造虛擬攝影棚，搭配熱門話題，邀請人氣網紅一起直播炒熱話題。

(二)桃園觀光景區舒適度燈號

為方便民眾出遊前了解現地人潮，避免前往壅塞區域，本局將持續維運 27 處熱門景區「桃園觀光景區舒適度燈號」，以利民眾即時取得景點現地人流資訊，並持續觀察桃園相關熱門景點，納入未來景區燈號設置考量。

(三)即時影像

為提供民眾便利旅遊服務，本局以即時影像讓民眾了解景點即時情況，民眾可隨時線上觀看飛機起降、欣賞景點現地景色並了解人流即時情況，本局未來亦將持續維運觀光即時影像系統，提供民眾便利旅遊服務。

(四)桃園市遊憩據點遊客人次統計分析

本局將持續運用電信大數據，統計桃園熱門景點遊客情形，並提供府內局處(海管處、環保局)、中央單位(交通部觀光署)及業務單位參考，以利推動桃園更多好玩的活動及遊程。

參、結語

針對國內外旅遊市場，本局除積極舉辦特色活動、宣傳旅宿優惠吸引外縣市旅客來桃園旅遊，亦搭配國際行銷推廣，打造品牌性大型活動，擴大觀光市場，提高本市活動能見度，並塑造國門之都旅遊印象，本局觀光目標規劃如下：

- 一、跨域合作推廣桃園國際觀光，營造國門之都旅遊城市印象
- 二、打造觀光品牌活動，型塑桃園旅遊特色
- 三、打造特色觀光城市，結合創意推動觀光發展
- 四、推動友善東南亞旅客措施，營造東南亞友善城市
- 五、營造桃園親子友善環境，建立親子旅遊城市
- 六、完善景區服務設施，打造友善旅遊環境
- 七、提升北橫能見度，打造亮點景區
- 八、推動智慧觀光治理，解決觀光瓶頸議題
- 九、觀光旅遊服務升級，創造有感驚豔之旅遊服務
- 十、全方位貼心觀光輔導，提供安全優質旅遊環境

本局將持續整合桃園觀光議題，探討解決方案，經營桃園觀光品牌，推動亮點景點及觀光工程，提供遊客更優質的旅遊體驗，並開拓華語及國內親子旅遊市場，吸引旅客來桃園旅遊，帶動整體觀光產業發展，再次感謝 貴會及所有議員女士、先生鼎力支持與指教。

並祝福 各位議員女士、先生

平安健康 萬事如意

報告完畢 恭請指教。

【附錄】桃園市政府觀光旅遊局各科室處聯絡電話一覽表

市府總機：03-3322101

單 位 別	職 稱	姓 名	電話	分機	傳真
局 長 室	局 長	周柏吟	3334901	6200	3335479
副局長室	副 局 長	王麗娟	3334994	6201	3335479
主任秘書室	主任秘書	呂秀琴	3365001	5280	3335479
專門委員室	專門委員	李復華	3393007	6214	3335479
專門委員室	專門委員	陳琬滢	3393007	6209	3335479
旅遊行銷科	科 長	王修怡	3335001 3335464	6202 6203	3393067
觀光管理科	科 長	李蕙宇	3393002 3379832	5263 5264	3314011
觀光技術科	科 長	張兆斌	3393003 3346607	5265 5284	3332569
企劃暨國際科	科 長	謝鎮全	3321260	6215 6216	3321259
秘 書 室	主 任	陳湘滢	3393005 3393007	6209 6212	3335479
人 事 室	主 任	王筱惠	3396373	5282	3393067
會 計 室	主 任	林麗玲	3393010	5283	3393067
政 風 室	主 任	蔡國山	3393015	6210	3335479
風景區管理處	處 長	廖育儀	3946061	145	3333184
府會聯絡員	主任秘書	呂秀琴	3365001	5280	3335479
	主 任	陳湘滢	3393007	6207	3335479